

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>II</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>III</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>X</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.    LATAR BELAKANG PENELITIAN .....	1
1.2.    RUMUSAN MASALAH .....	11
1.3.    TUJUAN PENELITIAN .....	12
1.4.    MANFAAT PENELITIAN.....	13
1.5.    LANDASAN PEMIKIRAN .....	14
<b>BAB II KONSEP DAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
2.1.    KOMUNIKASI MASSA .....	17
2.2. <i>MEDIA ONLINE</i> .....	20
2.3.    BERITA DAN KLASIFIKASINYA.....	23
2.3.1. <i>Struktur Berita</i> .....	24
2.3.2. <i>Kriteria Umum Nilai Berita</i> .....	25
2.4.    MEDIA KEAGAMAAN DAN REPRESENTASI IDEOLOGI .....	27
2.5.    ISLAM DAN ETIKA LINGKUNGAN ( <i>GREEN ISLAM</i> ) .....	29
2.6.    EKSTRAKTIVISME.....	32
2.7.    KOMUNIKASI ORGANISASI .....	36
2.8.    WACANA DAN ANALISIS WACANA KRITIS.....	42
2.8.1. <i>Konsep Dasar Wacana</i> .....	43
2.8.2. <i>Karakteristik dan Fungsi Wacana</i> .....	45
2.8.3. <i>Wacana dalam Kajian Media</i> .....	46
2.8.4. <i>Analisis Wacana Kritis</i> .....	48
2.8.5. <i>Model Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk</i> .....	50
2.9.    KERANGKA TEORI.....	54
2.9.1. <i>Dimensi Teks</i> .....	57

2.9.2. <i>Dimensi Kognisi Sosial</i> .....	58
2.9.3. <i>Konteks Sosial</i> .....	59
2.10. PENELITIAN TERDAHULU .....	59
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>65</b>
3.1. PARADIGMA PENELITIAN .....	65
3.2. PENDEKATAN PENELITIAN .....	66
3.3. JENIS PENELITIAN .....	68
3.4. SUMBER DATA DAN UNIT ANALISIS .....	72
3.4.1. <i>Sumber Data</i> .....	72
3.4.2. <i>Unit Analisis</i> .....	73
3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	74
3.6. TEKNIK ANALISIS DATA .....	77
3.6.1. <i>Tahap 1: Analisis Teks (Dimensi Struktur Teks)</i> .....	80
3.6.2. <i>Tahap 2: Analisis Kognisi Sosial</i> .....	82
3.6.3. <i>Tahap 3: Analisis Konteks Sosial</i> .....	83
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>85</b>
4.1. PROSEDUR ANALISIS DATA DENGAN NVIVO15 .....	85
4.1.1. <i>Visualisasi Data Korpus: Analisis Word Frequency</i> .....	86
4.1.2. <i>Skema Pengkodean</i> .....	88
4.1.2.2. <i>Level Mezo (Dimensi Kognisi Sosial)</i> .....	94
4.1.2.3. <i>Level Makro (Dimensi Konteks Sosial)</i> .....	97
4.2. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	101
4.2.1. <i>Profil Portal Resmi Nu.or.id</i> .....	102
4.2.2. <i>Profil Portal Resmi Muhammadiyah.or.id</i> .....	105
4.2.3 <i>Pemilihan Sampel Wacana</i> .....	107
4.3. HASIL PENELITIAN	
4.3.1 ANALISIS DIMENSI TEKS (LEVEL MIKRO) .....	116
4.3.2 ANALISIS DIMENSI KOGNISI SOSIAL: NEGOSIASI IDEOLOGI “ <i>GREEN ISLAM</i> ”	
.....	148
4.3.3. ANALISIS DIMENSI KONTEKS SOSIAL (LEVEL MAKRO).....	176
4.3.3.1. <i>Respons terhadap Kritik Publik</i> .....	177
4.4. PERBADINGAN VISUAL ( <i>MATRIX CODING QUERY NVIVO</i> ).....	204
4.5. PEMBAHASAN.....	206
4.5.1. <i>Dialektika Struktur Teks</i> .....	206

4.5.2. Representasi Kognisi Sosial: Negosiasi Ideologi Green Islam.....	207
4.5.3. Kontestasi Konteks Sosial: Relasi Kuasa, Legitimasi, dan Krisis Ekstraktivisme .....	209
4.5.4. Implikasi dan Reorientasi Green Islam dalam Komunikasi Penyiaran Islam (KPI).....	210
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>212</b>
5.1 KESIMPULAN .....	212
5.2. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	215
5.2.1. Implikasi Teoretis.....	215
5.2.2. Implikasi Praktis .....	216
5.2.3. Keterbatasan Penelitian.....	217
5.3. SARAN.....	218
5.3.1. Bagi Pimpinan Organisasi dan Pengelola Portal Resmi Nu.or.id dan Muhammadiyah.or.id .....	218
5.3.2. Bagi Praktisi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).....	219
5.3.3. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	219
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>221</b>



## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Landasan Pemikiran</i> .....	16
<i>Gambar 1. 2 Model Analisis Wacana Van A. Djik</i> .....	57
<i>Gambar 1. 3 Visual Analisis Word Cloud Muhammadiyah.or.id</i> .....	86
<i>Gambar 1. 4 Visual Analisis Word Cloud Nu.or.id</i> .....	87
<i>Gambar 1. 5 Skema Pengkodean</i> .....	90
<i>Gambar 1. 6 Logo Portal Resmi Nu.or.id</i> .....	102
<i>Gambar 1. 7 Logo Portal Resmi Muhammadiyah.or.id</i> .....	105



## DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1. Sampel Wacana Portal Resmi Nu.or.id .....</i>	110
<i>Tabel 2. Sampel Wacana Portal Resmi Muhammadiyah.or.id .....</i>	114
<i>Tabel 3. Analisis Leksikon Pada Portal Nu.or.id.....</i>	118
<i>Tabel 4. Analisis Leksikon Pada Portal Muhammadiyah.or.id .....</i>	123
<i>Tabel 5. Analisis Sintaksis Pada Portal Nu.or.id.....</i>	130
<i>tabel 6. Analisis Sintaksis Pada Portal Muhammadiyah.or.id .....</i>	134
<i>Tabel 7. Analisis Retorika Pada Portal Nu.or.id .....</i>	139
<i>Tabel 8. Analisis Retorika Pada Portal Muhammadiyah.or.id.....</i>	144
<i>Tabel 9. Analisis Instruksi Organisasi Pada Portal Nu.or.id.....</i>	150
<i>Tabel 10. Analisis Instruksi Organisasi Pada Portal Muhammadiyah.or.id.....</i>	155
<i>Tabel 11. Negosiasi Green Islam Pada Portal Nu.or.id .....</i>	159
<i>Tabel 12. Negosiasi Ideologi Green Islam Pada Portal Muhammadiyah.or.id .</i>	163
<i>Tabel 13. Dialektika Pragmatisme Ekonomi Pada Portal Nu.or.id .....</i>	167
<i>Tabel 14. Dialektika Pragmatisme Inovatif Pada Portal Muhammadiyah.or.id</i>	171
<i>Tabel 15. Perluasan Analisis Respons Kritik Pada Portal Nu.or.id.....</i>	178
<i>Tabel 16. Perluasan Analisis Respons Kritik Pada Portal Muhammadiyah.or.id</i> <i>.....</i>	182
<i>Tabel 17. Strategi Legitimasi Institusi Pada Portal Nu.or.id .....</i>	186
<i>Tabel 18. Strategi Legitimasi Institusi Pada Portal Muhammadiyah.or.id.....</i>	190
<i>Tabel 19. Dinamika Relasi Kuasa Nu Dengan Negara .....</i>	195
<i>Tabel 20. Dinamika Relasi Kuasa Muhammadiyah Dengan Negara .....</i>	199
<i>Tabel 21. Perbandingan Intensitas Kode (Matrix Query) .....</i>	204